

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**
(Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Talaud – Sulawesi
Utara)

Christian Tulis¹, Lina Sinatra Wijaya²

Program Studi Public Relations

Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia.

Email: ¹⁾602013015@student.uksw.edu, ²⁾lina.sinatra@staff.uksw.edu

Abstract

Talaud islands regency is one of the border districts in northern Indonesia, especially in North Sulawesi Province. As an archipelago, Talaud has a variety of potential tourist destinations which can become the leading sector in driving the other sectors which support the tourism in North Sulawesi and even in Indonesia. The purpose of the research is to know the marketing public relations (MPR) strategy held by the Tourism and Culture Department of Talaud Islands Regency in increasing the number of tourists in 2016/2017. This is a descriptive qualitative research that uses interview, documents & statistic, and observation for gathering the data. The target of this research is the head of the Tourism and Culture Department of Talaud Islands Regency and the head of the tourism and marketing division. The result of the research shows that holding events is the main program in increasing the tourist in 2016/2017. The obstacles for having publication were lack of human resources and internet connection availability, while news, public service activity and identity media needs to be maximized by planning, implementing and evaluating the implementation of MPR strategy as promotion strategy.

Keyword: *strategy, marketing public relations, tourist resorts, Talaud.*

Abstrak

Kabupaten kepulauan Talaud merupakan salah satu kabupaten perbatasan di Indonesia bagian utara khususnya di Provinsi Sulawesi Utara. Sebagai daerah kepulauan, Talaud memiliki berbagai tujuan wisata yang sangat potensial menjadi leading sector dalam menggerakkan seluruh sektor lainnya dan menjadi daerah tujuan wisata unggulan di Sulawesi Utara bahkan di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi marketing public relations (MPR) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Talaud dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan tahun 2016/2017. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumen dan bahan statistik, serta observasi. Narasumber utama adalah kepala dinas dan kepala bagian pariwisata dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa event merupakan program utama dalam meningkatkan kunjungan wisatawan tahun 2016/2017, kendala utama publication adalah sumber daya manusia dan ketersediaan jaringan internet, sedangkan news, public service activity dan identity media perlu dimaksimalkan melalui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dalam implementasi strategi MPR sebagai strategi promosi.

Kata Kunci: *strategi, marketing public relations, daerah wisata, Talaud.*

¹Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Jurusan Public Relations Universitas Kristen Satya Wacana

²Staff Pengajar Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana